



TEST D'ORIENTATION AUTOMNE 2017

CATÉGORIE B

Durée : 3h00

CADRE RESERVE AU CNFPT

Note finale : / 20

Appréciation du correcteur :

.....
.....

Décision d'orientation :

Accès direct en préparation

Tremplin B (7 jours)

Autre parcours

Compétences évaluées pour chaque séquence

Séquence 1 « analyse, structuration des propos et développement de l'information » : 16 points

Séquence 2 « synthèse et développement » : 12 points

Séquence 3 « expression écrite, culture territoriale » : 12 points

Le candidat devra apporter des réponses entièrement rédigées et structurées.

Un candidat qui n'aborderait pas tous les exercices serait fortement pénalisé.

Pour intégrer la préparation demandée, un candidat devra obtenir une note finale supérieure ou égale à 10/20.

La gestion du temps étant essentielle pour réussir ce test, il est vivement conseillé de lire les trois séquences avant de commencer.

NOMBRE DE PAGES : 20

SEQUENCE 1 : ANALYSE, STRUCTURATION DES PROPOS ET DEVELOPPEMENT DE L'INFORMATION (16 points)

Lire le texte suivant

Le commissariat général à la stratégie et à la prospective, France stratégie, dresse le bilan du télétravail dans la fonction publique. Si ses bienfaits sont bien connus, la pratique peine néanmoins à réellement décoller dans l'hexagone, constate France stratégie, qui propose en outre quelques pistes de réflexion à ce sujet.

« Les trajets les plus rapides et les plus économiques sont ceux qui ne se font pas ! » assure d'emblée le service de prospection de Matignon, « mais force est de constater qu'en France, le télétravail n'a pas réellement été soutenu et reste sous-développé ».

Vrai pour tous les salariés français, qui accusent donc un sérieux retard en la matière au niveau européen, mais aussi et surtout dans la fonction publique. France stratégie notant justement la difficulté d'application du décret paru le 11 février 2016.

Le télétravail, un outil pour « ressourcer » les territoires

Avant d'établir quels sont les freins à cette pratique, pourtant si répandue chez nos voisins, France stratégie dresse la liste des apports.

La réduction des déplacements pendulaires ont évidemment un effet sur la décongestion du trafic, la pollution et l'accidentologie. Ainsi, l'économie de CO2 réalisée par un télétravailleur moyen français sur une année équivaut à planter 144 arbres !

Selon des études citées dans la note, on apprend que le télétravailleur économise chaque jour 37 minutes en moyenne pour sa vie de famille, et 45 minutes de sommeil. Résultat, une réduction du stress au travail et une amélioration nette de la qualité de vie.

Mais le télétravail bénéficie également aux entreprises qui le pratiquent avec une amélioration de la qualité du travail rendu et de la productivité.

« Les externalités territoriales, sociétales et économiques sont mesurables en termes d'emplois de population, de consommation locale et de fiscalité pour les communes », tranche ainsi France stratégie qui rappelle que la Caisse des Dépôts avait justement tenté de mesurer les gains pour les collectivités et l'Etat dans un scénario à 2025 de suppression des déplacements. Résultats : près de 440M€ économisés par an... auxquels France stratégie propose de rajouter 50M€ (coût lié à l'absentéisme forcément réduit grâce au télétravail), ce qui porte le total à 500 M€ annuel !

Mais pourtant le télé-travail ne décolle pas et ce, alors qu'il pourrait potentiellement concerner jusqu'à 50 % de la population active.

Le frein culturel... entre autres

France stratégie dresse la liste des freins connus au télétravail. « Ils sont de nature juridique et politique (mauvaise connaissance des responsabilités, ambiguïtés du cadre juridique et manque d'incitations fiscales), de nature culturelle et sociale (méconnaissance et dévalorisation sociale du télétravail, crainte de travailler plus sans contrepartie) » peut-on lire dans ce rapport.

Les freins technologiques, avec le déficit d'infrastructures de haut débit, sont aussi pointés par France stratégie, qui interroge ensuite les organisations publiques et les territoires. Comment dans un contexte de « recherche de compétitivité et d'efficacité collective » peuvent-elles se « saisir positivement de cette mutation » du numérique en cours ?

Les tiers-lieux comme solution pour les territoires ?

Dans une troisième partie intitulée « Quelques pistes pour inventer une ingénierie de la transformation systémique des organisations publiques territoriales », France stratégie invite tout d'abord les acteurs à dépasser « la conception datée du télétravail ou des télé-centres de première génération ».

« Il faut donc repenser le champ d'action des actifs au-delà de la frontière étroite du bureau pour intégrer la notion « d'environnement de travail et d'activités », détaille la note. Les réseaux sociaux d'entreprise, les plateformes collaboratives, les logiciels de discussion instantanée, une connectivité permanente et à très haut-débit via les smartphones ou tablettes font donc partie des outils permettant la mutation. Ils sont déjà largement répandus.

Plus difficile en revanche à mettre en œuvre, sont les transformations organisationnelles. « Au niveau managérial, les organisations publiques territoriales sont encore très centralisées et fonctionnent largement sur un mode hiérarchique pyramidal. L'introduction de méthodes managériales plus déléгатives, plus transversales et plus agiles permettent de renforcer l'autonomie des collaborateurs pour rentrer dans une logique de management par groupe d'activités », explique France stratégie.

Par ailleurs, l'agence imagine la création – à la périphérie des grandes agglomérations ou des pôles métropolitains – des « tiers-lieux d'activités ». Un maillage pertinent pour les collectivités qui permettrait aux actifs d'éviter les heures de pointe, mais aussi de travailler dans des espaces de partage et de sociabilité. En effet, le fait de se retrouver seul(e) chez soi devant son ordinateur est l'une des limites repérées du télétravail classique.

France stratégie estime enfin, qu'à l'image du bilan carbone, les collectivités auraient tout intérêt à mesurer pour elles-mêmes les « bénéfices qu'elles pourraient escompter des télé-activités ». La seule et unique manière de s'appropriier pleinement cette pratique pour la faire exister sur leur territoire.

Emilie Denètre - 28/07/16 - site de la Gazette des communes

Lire les documents suivants :

Document 1

Les collectivités à l'heure du crowdfunding

Le financement participatif, ou crowdfunding, permet de recueillir des fonds en faisant appel à un grand nombre de personnes, par le biais de communautés en ligne. Ce qui permet de faire des investissements que les financements traditionnels ignorent souvent. Depuis décembre 2015, les collectivités locales y ont accès directement. Enfin. Olivier Sanch, chargé de mission collectivités et acteurs publics chez Hellomerci et KissKissBankBank, leader du crowdfunding en Europe, fait un premier bilan des effets de cette mesure.

Financements alternatifs : sortir des sentiers battus

Le décret n° 2015-1670 du 16 décembre 2015, qui porte sur les dispositions relatives aux mandats confiés par les collectivités territoriales et leurs établissements publics, a ouvert l'accès direct au financement participatif pour ces derniers. Il leur était jusqu'alors interdit de confier à un organisme tiers l'encaissement de recettes propres pour leur compte en lien avec une opération de financement participatif. Avant ce décret, il était donc beaucoup plus difficile et lourd administrativement, pour les collectivités locales, de profiter de cette source de financement.

Qu'est-ce qui a changé pour les collectivités territoriales, en matière de financement participatif, avec le décret du 16 décembre 2015 ?

Ce décret lève un blocage. Il facilite l'accès des collectivités locales au financement participatif. Il leur permet enfin de recourir directement aux plateformes de crowdfunding pour financer des projets. En cela, il leur donne une source de recettes supplémentaire. Ces nouvelles mesures ne concernent toutefois que quatre domaines : les projets culturels, éducatifs, sociaux et solidaires.

Le crowdfunding est désormais facilement accessible aux collectivités car elles peuvent passer des conventions de mandat avec un intermédiaire. Elles n'ont plus besoin de passer par des procédures de marché public. Terminées les lourdeurs administratives.

Quels intérêts pour une collectivité de passer par le financement participatif ?

La première raison invoquée par les collectivités avec qui nous sommes en contact, avant même l'aspect financier, c'est la notion de lien social, d'implication locale, d'implication des habitants. Par nature, une campagne de financement public comporte un volet communication. On partage des points d'intérêt communs avec les habitants, avec les utilisateurs. Il faut mobiliser les foules. Les personnes à qui le porteur de projet fait appel ne sont pas là que pour le levier financier. Elles sont

aussi là pour participer, pour s'impliquer au niveau local. Le public doit sentir que son rôle est essentiel pour faire aboutir un projet.

Autre intérêt, en partie déjà démontré, c'est la communication. La collectivité ne fait pas un simple dossier de financement comme c'est le cas lorsqu'elle passe par un financement traditionnel. Elle expose son projet à des réseaux de connaissances, aux usagers et aux habitants. Pour que le financement participatif puisse fonctionner, il faut faire connaître son projet. Et convaincre les gens.

Enfin, il y a bien sûr l'aspect financement. Avec notamment un avantage en termes de temps pour lever les fonds. On est sur des procédures de courte durée. Par exemple, sur KissKissBankBank, le temps maximum pour une levée de fonds est de 60 jours.

Constatez-vous un réel engouement des collectivités locales ?

Oui, les collectivités sont intéressées. Avec pas mal de questionnements. Il y a eu du bouche à oreille par rapport au décret de décembre 2015. Les collectivités nous appellent avant tout pour se renseigner pour le moment, voir comment on peut travailler ensemble.

En dehors des questions d'organisation, nous discutons beaucoup des types de projets adaptés. Il faut faire attention, car il ne faut pas que le financement participatif devienne un impôt indirect ou qu'il puisse être perçu comme tel. Cela signifie qu'il faut faire un bon usage du financement participatif. Qu'il constitue un complément et non quelque chose qui se substitue. Il faut que cela serve à enrichir un projet existant, ou à créer un projet qui ne pourrait pas exister sans.

Alors justement, que leur proposez-vous ?

Les collectivités peuvent désormais, comme tout le monde, créer des projets et faire des demandes de financement sur les plateformes de crowdfunding. Ne reste donc plus aux collectivités que d'utiliser cet outil à bon escient. De trouver des projets qui intéressent le public.

Mais avec les collectivités, nous fonctionnons également sur un autre axe. Celui de la communication comme soutien aux entreprises locales. La collectivité aide ainsi des sociétés, situées sur son territoire, et qui cherchent du financement participatif. Elle met en lumière certains projets. Le but est d'articuler des intérêts convergents autour de projets locaux.

Pour y parvenir, plusieurs voies leur sont mises à disposition. On crée par exemple pour la collectivité une page de mentor. Cette page explique qui est cette collectivité, son champ d'action. Mais surtout, elle recense tous les projets qui ont recours au financement participatif sur son territoire et qui ont son appui. La collectivité peut aussi apposer son logo sur la page d'un projet d'une société, ce qui donne à ce projet de la crédibilité. C'est un levier très important.

Source : site de la Gazette des communes – Gabriel Zignani - 11/03/2016

Document 2

Le crowdfunding, un nouvel outil des politiques territoriales de développement durable

FACILITER ET ORGANISER L'ACCÈS AU CROWDFUNDING DANS UNE PERSPECTIVE DE DÉVELOPPEMENT TERRITORIAL

Le premier usage concerne les cas où la collectivité facilite et organise l'accès au crowdfunding pour des acteurs de son territoire, qu'il s'agisse de particuliers, d'associations ou d'entreprises. Les projets, d'ordre très variés (culture, dynamisme économique local, environnement, solidarité, etc.), sont généralement sélectionnés en amont par la collectivité afin de s'inscrire dans la stratégie de développement du territoire.

Modalités financières. Le crowdfunding est considéré comme un outil de financement alternatif lorsque la collectivité ne peut pas financer elle-même les projets, soit parce qu'elle n'a pas les moyens financiers, soit parce que les projets ne remplissent pas les critères nécessaires pour prétendre aux aides de la collectivité. Le potentiel financier de cet outil reste cependant limité à quelques milliers d'euros au mieux, puisque pour le moment il est en don dans la quasi-totalité des cas. Si en France il est rare que la collectivité cofinance les projets, il existe plusieurs cas à l'étranger, comme par exemple le programme CrowdfundLondon de la municipalité de Londres (Cathcart-Keays, 2016) ou celui de Crowdfunding Civico de Milan (Manfredonia & Siragusa, 2017).

Finalités. Le crowdfunding est également un outil de communication permettant aux collectivités de montrer le dynamisme de leur territoire : les collectes sont l'occasion de mettre en avant le logo de la collectivité vis-à-vis des administrés mais aussi vis-à-vis de l'extérieur du territoire, notamment si la plateforme est d'envergure nationale. Enfin, c'est un outil pour mettre en relation différents acteurs dans le cadre d'une politique de solidarité territoriale, dans laquelle la collectivité assure un rôle d'animateur de réseaux. Des entreprises peuvent être ainsi associées aux projets à travers un cofinancement ou une aide en termes de compétences.

UTILISER LE CROWDFUNDING POUR FINANCER SES PROPRES PROJETS

Les collectivités utilisent également le crowdfunding pour financer leurs propres projets, soit par du don, soit par du prêt ou de l'investissement (Figure).

Modalités financières pour le don. Le don concerne majoritairement la conservation du patrimoine, même si on note de (rares) cas de projets d'infrastructures : fin 2014, la commune rurale de Yèbles (Seine-et-Marne, 800 habitants) a collecté 44 000 € en crowdfunding pour financer une partie des travaux de rénovation de son école primaire. Cette collecte a cependant été considérée comme politiquement peu légitime : la maire déclarait ainsi dans la presse qu'elle « avait honte » d'avoir été obligée de « faire la manche pour construire l'école de la République » (Brouze, 2015). La légitimité pour la collectivité à collecter des dons pour des projets publics est liée à une certaine conception de ce que doit financer ou non le service public. Son périmètre, qui pour le moment se limite à la conservation du patrimoine, est susceptible d'évoluer dans le futur, notamment si la baisse des moyens publics impose de plus en plus le recours à des financements alternatifs. Cela devra faire l'objet de débats.

Modalités financières pour le prêt. Les premières initiatives d'utilisation du crowdfunding en prêt en France (fin 2016) concernent des projets en lien avec la transition énergétique : installation de panneaux photovoltaïques sur un bâtiment public par l'agglomération de Saint-Brieuc-Armor (Côtes-d'Armor, 150 000 habitants), amélioration de l'efficacité énergétique de l'éclairage public par la commune de Bouillante (Guadeloupe, 7 500 habitants) et financement d'une étude pour un projet immobilier éco-conçu pour la commune de Langouët (Ille-et-Vilaine, 600 habitants). Le crowdfunding est une source de financement complémentaire pour ces projets, majoritairement financés par des subventions étatiques. Il vient en alternative d'un financement par prêt bancaire, soit parce que le projet ne répond pas forcément aux conditions d'octroi de prêt (ex : financement d'une étude), soit parce que le crowdfunding permet d'avoir les fonds plus rapidement. L'intérêt de recourir au crowdfunding plutôt qu'à un prêt bancaire est donc plus une question de praticité que de meilleure rentabilité financière d'autant plus que les taux d'emprunt y sont plus importants que celui de prêts bancaires.

Finalités. Utiliser le crowdfunding génère également des co-bénéfices politiques pour la collectivité. Le caractère novateur de cet outil lui permet d'apparaître comme innovante et dynamique. La campagne de crowdfunding est également un moyen de faire de la pédagogie (sur les finances publiques par exemple), de communiquer sur un projet auprès des administrés et de les impliquer dans la vie publique locale. L'expérience montre néanmoins que les contributeurs extérieurs au territoire ont tendance à être plus nombreux que les contributeurs locaux, notamment si la collecte n'est pas accompagnée d'un travail d'animation et de communication.

HYBRIDER POUR RENDRE LE CROWDFUNDING PLUS INCLUSIF

L'exemple du Plan climat-air-énergie de Paris montre que le crowdfunding peut être un outil intéressant dans le cadre d'une politique territoriale de développement durable. L'intérêt de cet outil n'est pas forcément d'être une source supplémentaire de financement : la Mairie de Paris dispose déjà d'autres leviers de financement lui permettant de lever d'importantes sommes d'argent à un coût moindre que le crowdfunding en prêt, comme les obligations climat par exemple. Le potentiel du crowdfunding réside plutôt dans sa capacité à soutenir et à encourager les initiatives privées qui contribueraient au Plan climat-air-énergie, à communiquer sur les dispositifs mis en œuvre et à impliquer les citoyens, sur le territoire parisien mais aussi en dehors.

Le cas de Paris n'est qu'un exemple parmi d'autres : l'expérience montre que le crowdfunding est un outil accessible à n'importe quel type de collectivité, que ce soit une grande agglomération ou une commune rurale, en passant par un département. Le crowdfunding n'est toutefois pas une baguette magique. Si on sollicite les citoyens pour n'importe quel type de projet, on risque de créer une lassitude. Il doit donc être réservé à des projets emblématiques porteurs de sens. De plus, comme tout outil de participation, le crowdfunding induit des processus d'exclusion, par exemple les personnes avec des difficultés d'accès et d'utilisation des outils numériques ou qui sont trop contraintes financièrement pour contribuer. Les collectivités tentent de limiter ces obstacles à la participation en mettant en place des permanences physiques pour accompagner les contributeurs ou en proposant des seuils de contributions très bas (autour de 20 €). Enfin, la mise à disposition d'outils numériques ne suffit pas à créer une mobilisation et une participation des citoyens (de Feraudy & Saujot, 2016).

La conception de la démarche – à quel moment interviennent les citoyens, pour faire quoi et avec quels impacts sur le processus – est un élément déterminant de la mobilisation. Dans ce cadre, hybrider le crowdfunding avec d'autres outils de participation numérique, tels que le crowdsourcing¹, apparaît comme une piste intéressante à deux niveaux. En amont de la collecte, le crowdsourcing permet aux citoyens de sélectionner des projets, voire d'en proposer. Aux États-Unis par exemple, les projets proposés par des villes sur la plateforme Citizeninvestor sont généralement issus de pétitions citoyennes (Baeck & Collins, 2015). En aval de la collecte, au moment de la réalisation du projet, on pourrait ainsi imaginer que la contribution des citoyens au projet ne soit pas que financière mais puisse prendre la forme de compétences ou de temps. Cette option permettrait en outre aux personnes avec des moyens financiers limités de contribuer au projet. On pourrait également introduire le crowdfunding dans les budgets participatifs², en associant des cofinancements citoyens à ceux de la collectivité. À l'avenir, ces hybridations conduiront peut-être à des plateformes numériques permettant à la fois de proposer des idées, d'évaluer des projets, de les voter et de les financer. Sans être une solution miracle à la demande accrue de transparence et de renouvellement de la participation citoyenne, le crowdfunding est un outil supplémentaire pour rendre plus lisible le fonctionnement des collectivités et donne aux citoyens une nouvelle manière de s'installer en tant que parties prenantes de la vie publique.

Source – IDDRI – Laura Brimont – juin 2017

Document 3

Crowdfunding : communes et communautés peuvent-elles bénéficier d'un financement participatif pour leurs projets locaux ?

De longue date, les communes peuvent financer leurs projets en faisant appel à l'épargne de leurs habitants, notamment par voie de souscription publique comme l'autorisait le Code général des collectivités territoriales (CGCT, art. L.1611-3 abrogé par l'ordonnance du 10 mai 2017). Cette technique a toutefois été remise en cause par le développement d'internet qui permet de récolter des fonds via les réseaux sociaux. Le développement de cette activité a d'ailleurs conduit l'Etat à publier une ordonnance du 30 mai 2014 relative au financement participatif.

Les communes et leurs groupements peuvent désormais bénéficier des techniques de "financement par la foule" (crowdfunding) permettant de mobiliser les ressources financières provenant de leurs habitants et, au-delà de leur territoire, des personnes désireuses de contribuer au financement d'un projet local. A cet effet, les collectivités territoriales et leurs établissements publics peuvent confier à un organisme public ou privé l'encaissement de recettes issues des projets de financement participatif au profit d'un service public culturel, éducatif, social ou solidaire (CGCT, art.D.1611-32-9). C'est en conséquence au détour des dispositions réglementaires qui permettent aux collectivités territoriales de confier à des tiers l'encaissement de leurs recettes par des conventions de mandat,

¹ Outils numériques qui mobilisent les citoyens pour la production de données, d'avis mais aussi de projets pour la collectivité

² Le budget participatif consiste pour une collectivité à affecter une partie de son budget d'investissement à des projets sélectionnés, voire proposés, par des citoyens.

après avis conforme de leur comptable public (CGCT, art. L.1611-7-1) que ce dispositif a été étendu aux collectivités territoriales. Cette procédure devra en premier lieu respecter les modalités de la procédure du mandatement de l'encaissement des recettes publiques locales telles qu'elles résultent des dispositions du CGCT.

Le financement participatif est défini par le code monétaire et financier qui s'attache à bien encadrer l'activité d'intermédiaire dans ce domaine (CMF art. L.548-1). En effet, l'intermédiation en financement participatif consiste à mettre en relation, au moyen d'un site internet, les porteurs d'un projet déterminé et les personnes finançant ce projet. Les porteurs de projets peuvent notamment être des personnes morales qui recherchent des crédits, des prêts sans intérêt ou des dons. Les crédits ne peuvent provenir que de personnes physiques, agissant à des fins non professionnelles ou commerciales et consentant des prêts pour des projets déterminés. Le taux conventionnel applicable à ces crédits doit être fixe et ne pas dépasser le taux de l'usure (fixé par le Code de la consommation art. L. 314-6).

Selon la loi, un "projet" susceptible d'être financé par ce moyen consiste en un achat ou un ensemble d'achats de biens ou de prestations de service concourant à la réalisation d'une opération prédéfinie en termes d'objet, de montant et de calendrier. Le code monétaire et financier (CMF art. L.548-1) encadre les aspects financiers de ces opérations. La durée du prêt ne peut excéder sept ans. Le taux d'intérêt ne peut dépasser le seuil applicable à la catégorie de prêts dont il relève (Code de la consommation - article L. 313-3). Lorsque le prêt ne relève d'aucune de ces catégories, il ne peut dépasser le taux de l'usure (CMF art. L.313-5-1). Les montants sont plafonnés par prêteur et par projet : 5 000 euros pour un prêt sans intérêt et 2 000 pour un prêt avec intérêt (CMF, art. D.548-1). Enfin, d'une manière générale, un porteur de projet ne peut emprunter plus d'un million d'euros par projet.

Les intermédiaires en financement participatif, gestionnaires des plateformes électroniques permettant la collecte de ces fonds, doivent respecter des règles de bonne conduite et d'organisation (...).

S'agissant des communes et de leurs groupements, il convient de noter que le CGCT limite fortement les hypothèses dans lesquelles peuvent être mis en œuvre un financement participatif. En effet, ce mode de financement est réservé au profit des services publics locaux à caractère culturel, éducatif et social ou solidaire. Ces domaines devront être clarifiés. Le financement participatif ne peut pas permettre de financer le budget général de la commune ou des activités de service public qui n'entrent pas dans la liste fixée par le CGCT. Si l'intérêt financier est évident, notamment pour des projets innovants de faible montant, peu susceptibles d'intéresser les réseaux bancaires partenaires habituels des collectivités territoriales, c'est aussi la notion de "lien social" et d'implication des habitants dans un projet d'intérêt général qui peut constituer le principal motif du recours à ce mode de financement (cf. Ordonnance n° 2014-559 du 30 mai 2014, JORF, 31 mai 2014, p. 9075 ; CGCT, art. D.1611-32-9).

Site de Localtis – 14/06/2017

Exercice 1 (4 points)

Voici le plan, incomplet, d'une synthèse élaborée à partir des trois documents ci-dessus. Compléter ce plan en attribuant un titre informatif aux sous-parties manquantes.

1 - Première partie : Le crowdfunding : un mode innovant de financement des projets de territoire

Proposition de sous- titre pour le 1A (1 point)

Proposition de sous-titre pour le 1B (1 point)

2 - Deuxième partie : De la nécessité d'un bon usage du financement participatif

Proposition de sous-titre pour le 2A (1 point)

Proposition de sous-titre pour le 2B (1 point)

Exercice 2 (4 points)

Rédiger une introduction à cette synthèse, structurée en 3 parties comportant le rappel du contexte, la question et une annonce de plan.

A series of 25 horizontal dashed lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.

A series of 25 horizontal dashed lines spanning the width of the page, intended for writing or drawing.

